



پژوهش نامه تبلیغ و ارتباطات دینی

سال اول، شماره دوم، تابستان ۱۴۰۳

## رسالت تبلیغی روحانیت شیعه در اندیشه استاد شهید مطهری<sup>۱</sup>

رضا رمضان نرگسی<sup>۲</sup>

### چکیده

استاد مطهری درباره تبلیغ دینی بیان خاصی دارند که متفاوت از سایرین است. هدف از این تحقیق نیز ارائه و برجسته‌سازی نظریه استاد مطهری در خصوص تبلیغ دینی روحانیت شیعه است. در کاوش اصل نظریه استاد مطهری از روش کتابخانه‌ای استفاده شده است ولی در تحلیل نظریه ایشان از روش تحلیل محتوای کیفی استفاده شده است. در این تحقیق بیان شد که طبق نظریه استاد مطهری به جز پیامبران اولوالعزم که پیامبران تشریحی بودند، سایر پیامبران، صرفاً رسالت تبلیغی داشتند و به اصطلاح ایشان پیامبران تبلیغی بودند، اما از زمان رسول خدا ﷺ همان‌طور که رسالت تشریحی ختم می‌یابد، رسالت تبلیغی نیز به پایان رسیده است و این وظیفه به عهده علما گذاشته شده است. علت این امر: ۱. رشد عقلی مردم ۲. انضباط در ثبت وقایع تاریخی است.

در نظریه ایشان امروزه علما باید پیام دین را نه تنها به گوش مردم، بلکه به عمق عقل و جان انسان‌ها برسانند و وسیله این کار نیز شرح صدر و حکمت است که در پیامبران تبلیغی اعطایی خداوند ﷺ بود اما در روحانیت شیعه اکتسابی خواهد بود. استاد مطهری بر پایه همین نظریه با استفاده از آیاتی که خطاب به پیامبران آمده شرایط و وظایف مبلغین را کشف کرده و در جاهای مختلف از کتاب‌های متعدد خود ذکر کرده که به اختصار در این مقاله آورده شده است.

واژگان کلیدی: تبلیغ دینی، رسالت دینی، روحانیت شیعه، وعظ، خطابه، نبوت تشریحی و نبوت تبلیغی.

۱. تاریخ دریافت: ۱۴۰۲/۰۸/۰۵

تاریخ پذیرش ۱۴۰۲/۱۱/۲۴

۲. استادیار موسسه آموزشی و پژوهشی امام خمینی (ره) Nargesi@qabas.net

نرگسی، رضا رمضان، (۱۴۰۳)، رسالت تبلیغی روحانیت شیعه در اندیشه استاد شهید مطهری، پژوهش‌نامه تبلیغ و ارتباطات دینی، سال اول، شماره دوم، تابستان ۱۴۰۳، ص ۷۵-۵۷.

## مقدمه

تبلیغ دین همواره دغدغه اصلی رهبران دینی بوده و هست؛ زیرا وظیفه اصلی رهبران و روحانیون فراگیری و بیان دین در درجه اول برای مؤمنین و در درجه بعد برای تشویق پیروان سایر ادیان برای آشنایی با دین اسلام است.

بدیهی است که ابتدایی‌ترین رسالت برای روحانیت شیعه تبلیغ دین است. برای این کار هرکدام از متفکرین و علما روشی برای خود داشته یا به روش خاصی سفارش کرده‌اند یکی از متفکرینی که در اکثر مباحث اجتماعی صاحب نظر است استاد شهید مرتضی مطهری است.

از آنجایی که شهید مطهری در اکثر زمینه‌ها صاحب نظریه و فکر است در این خصوص نیز ایشان رویه خاصی پیشنهاد کرده که راهگشای بسیاری از مطالب فکری و عملی در زمینه تبلیغات دینی در حوزه‌های علمیه خواهد بود.

در این نوشتار تلاش شده تا از لابه‌لای نوشته‌های متعدد ایشان نظریه ایشان نسبت به رسالت روحانیت شیعه در خصوص تبلیغات دینی کشف شود.

بنابراین سؤال اصلی ما در این تحقیق عبارت است از این‌که: رسالت تبلیغی روحانیت شیعه در اندیشه استاد شهید مطهری، چیست؟

روش اصلی ما در این کار یک روش تحلیل محتوا است اما در کنار این روش اصلی از روش‌های تحلیل تاریخی، تفسیری (هرمنوتیک) و روش اسنادی نیز بهره خواهیم گرفت.

در بررسی نوشته‌هایی که ممکن است در این خصوص به تحریر درآمده باشد با همین عنوان، نگارنده، چیزی پیدا نکرد و نوشته‌هایی که نزدیک به این کار باشد عبارتند از: ۱. تعریف و تاریخ وعظ و خطابه از نگاه شهید مطهری از ابوالفضل ایچرودی که در نشریه یاد شماره ۷۸ به چاپ رسیده است در این مقاله نویسنده بیشتر به آسیب‌شناسی و توصیفی از وعظ و خطابه از ابتدای طلوع آفتاب اسلام یعنی از زمان خلفا تا زمان ائمه هدی (علیهم‌السلام) پرداخته است. ۲. مقاله‌ی تبلیغ چیست؟ مبلغ کیست (دیدگاه شهید مطهری پیرامون ویژگی‌های تبلیغ و مبلغ موفق) از مهدی عزیزان منتشرشده در نشریه پیام



بهار ۹۰ شماره ۱۰۵. شاید به نظر رسد که این مقاله‌ها به موضوع ما نزدیک باشد، ولی باید توجه داشت که گرچه موضوع تبلیغ است اما از آنجایی که برای عموم مردم نوشته شده، سعی شده بایانی ساده بیان شود و بیشتر لیستی از عوامل موفقیت تبلیغ و آسیب‌شناسی تبلیغ در قالبی بسیار ساده از دیدگاه شهید مطهری ذکر شده است. خلاصه آن که مقاله در قالب لیستی از مطالب شهید مطهری بوده و فاقد نتیجه‌گیری و تحلیل است. این در حالی است که نوشتار حاضر يك کار تحلیلی بوده و بیشتر به کشف نظریه از لابه‌لای نوشته‌های شهید نظر دارد.

۳. منبع اصلی این تحقیق، نوشته‌های استاد مطهری است که از لابه‌لای انبوه نوشته‌های ایشان مطالبی انتخاب شده و روی آن‌ها تحلیل و بحث انجام گرفته است.

فرضیه این تحقیق عبارت است از اینکه: طبق نظریه استاد مطهری روحانیت رسالتی همچون رسالت انبیاء عظام خصوصاً انبیاء غیر اولوالعزم دارد و بنابراین، باید در این رسالت همچون انبیاء عمل کند و آن‌ها را سرمشق تبلیغات دینی خود قرار دهد.

#### ۱. مفهوم‌شناسی

در ابتدا برخی از مفاهیم مهم را تعریف می‌کنیم و سپس به مباحث اصلی می‌پردازیم.

#### الف) تبلیغ

تبلیغ در لغت از ریشه بلاغ گرفته شده و بلاغ به معنی نضج و رسیدن ثمر و در انسان به معنی رسیدن به مرحله خاصی از رشد و ادراک است. بلغ بلوغا الثمر: نضج و الغلام ادرك؛ البالغ: المدرک (معلوف، ۱۳۸۰: حرف ب). همین کلمه اگر به صورت متعدی به کار رود به معنی وصول و رساندن است (ابلاغه الیه: اوصله) و يقال «بلغ عنه الرسالة الي القوم»: اوصلها اليهم... و التبليغ اي الايصال (همان)

اما تبلیغ در اصطلاح: از آنجایی که امروزه واژه تبلیغ کاربردهای فراوانی و معانی گسترده‌ای به خود گرفته است لذا لازم است که دنبال معنای تبلیغ در دایره گفتمانی استاد شهید مطهری باشیم.

از نظر شهید مطهری: تبلیغ با وصول و با ایصال معنی نزدیک دارد. در زبان عربی کلمه



«ایصال» داریم، کلمه «ابلاغ» هم داریم. «ایصال» معمولاً در مورد رساندن چیزی به دست کسی یا در حوزه کسی است و معمولاً در مورد امور جسمانی و مادی به کار می‌رود. ولی ابلاغ، در مورد رساندن یک فکر و یا یک پیام است، معمولاً ابلاغ را در مورد پیام‌ها و سلام‌ها و امثال این‌ها به کار می‌برند، می‌گویند: ابلاغ پیام کرد، ابلاغ سلام کرد... در مورد چنین چیزهایی کلمه «تبلیغ» و «ابلاغ» به کار می‌رود و قرآن کریم در این آیه ﴿الَّذِينَ يُبَلِّغُونَ رِسَالَاتِ اللَّهِ وَيَخْشَوْنَهُ وَلَا يَخْشَوْنَ أَحَدًا إِلَّا اللَّهَ﴾ (احزاب: ۳۹) تبلیغ را به رساندن پیام معنا کرده است البته در کنار مفهوم تبلیغ مفهوم رسالت نیز مطرح می‌شود که به معنای پیام است و بامعنای فارسی آن (به معنای وظیفه) فرق دارد. (رک: مطهری، ۱۳۷۶-۱۳۹۴: ۱۷، ۳۲۲). پس تبلیغ یعنی رساندن یک پیام از کسی به کس دیگر. (رک: همان)

ایشان در جای دیگر می‌گویند که «مسئله تبلیغ به معنای صحیح آن، رساندن و شناساندن یک پیام دینی به مردم است؛ آگاه ساختن مردم به یک پیام دینی و معتقد کردن و متمایل نمودن جلب نظرهای مردم به یک پیام دینی است. (مطهری، ۱۳۶۴: ۲۸)

همین مطلب را در جای دیگری، چنین جمع‌بندی کرده است: «مسئله‌ی تبلیغ به همان معنای صحیح و واقعی، رساندن و شناساندن یک پیام به مردم است؛ آگاه ساختن مردم به یک پیام و معتقد کردن و متمایل نمودن و جلب نظرهای مردم به یک پیام است. (مطهری، ۱۳۶۳: ۱، ۲۱۰)» «روشن است که بر این اساس، تبلیغ پیام دینی، وظیفه‌ی پیامبران خواهد بود. (مطهری، ۱۳۶۴: ۲۸ و ۱۳۷۶: ۱۰۴)» «و آموزش دعوت به حق و نحوه‌ی تبلیغ و رساندن پیام حق به مردم نیز از جمله آموزش‌های پیغمبر اکرم (ص) می‌باشد». (مطهری، ۱۳۷۶: ۹۹) این امر، تبلیغ را در دیدگاه استاد شهید به چنان مرحله‌ی والایی سوق داد که درباره‌اش می‌گوید: «اگر بگویم مقام تبلیغ اسلام، رساندن پیام اسلام به عموم مردم، معرفی و شناساندن اسلام به صورت یک مکتب از مرجعیت کمتر نیست، تعجب نکنید». (مطهری، ۱۳۶۳: ۱، ۳۰۰)



## ب) خطابه و موعظه

خطابه در لغت به وعظ و سخنرانی (فرهنگ عمید) هم چنین به سخنرانی کلامی به صورتی رسمی گفته می‌شود. (دهخدا). در اصطلاح: خطابه همان است که از لحاظ فنی و علمی در منطق خطابه می‌گویند. خطابه یکی از فنون پنج‌گانه سخن و کلام است، ... که در منطق به آن‌ها صناعات خمس می‌گویند. (مطهری، ۱۳۶۰: ۱۹۲)

خطابه با موعظه فرق دارد خطابه صنعت است و جنبه فنی و هنری دارد و به علاوه هدف خطابه تحریک احساسات و عواطف است. اما موعظه بیشتر جنبه منع و ردع دارد، اگر هدف خطابه را مطلق اقناع بدانیم وعظ و موعظه هم‌قسمی از خطابه است، به هر حال موعظه در جایی گفته می‌شود که کلمات و جمله‌هایی القا شود به منظور ردع و منع و پایین آوردن شهوت و غضب. راغب اصفهانی می‌گوید: «الوعظ زجر مقترن بالتخویف یعنی موعظه منعی است که مقرون باشد به بیم دادن یعنی به بیم دادن از عواقب کار آنگاه از خلیل بن احمد لغوی معروف نقل می‌کند: هو التذکیر بالخیر فیما یرق له القلب، یعنی موعظه یادآوری قلب است نسبت به خوبی‌ها در اموری که موجب رقت قلب گردد. موعظه سخنانی است که موجب نرمی و رقت قلب بشود. (همان: ۲۰۳)

### ۲. نظریه تبلیغ دینی (علما ورثه الانبیاء)

استاد مطهری در خصوص تبلیغ دینی و مبلغین دین نظریه خاصی دارد که تا حدّ زیادی او را از بقیه متمایز می‌کند در واقع همان‌طور که خودش اشاره دارد، این نظریه را از حدیث «علماء امتی کانبیاء بنی اسرائیل». (الحر العاملی، ۱۴۲۳ ق: ۳۷۶؛ حلی، ۱۴۲۱ ق: ۱، ۳۸؛ الاحسانی، ۱۴۰۳ ق: ۴؛ ۷۷) اقتباس کرده است. (مطهری، ۱۳۷۶-۱۳۹۴، ۳: ۱۷۷)

این حدیث از احادیثی است که معرکه آرای علمای شیعه و سنی است چراکه در توجیه این حدیث، سخن فراوان گفته شده و علما هرکدام به شکلی تلاش کرده‌اند تا این حدیث را توجیه کنند. (رک: شیر، ۱۳۷۱ ق: ۱: ۵۵۲) اما بایبانی که شهید مطهری دارند، بسیار جالب این حدیث معنا شده و بسیاری از اشکالات رفع شده است؛ و درعین حال رسالت روحانیت شیعه را تشریح کرده و برای آن‌ها رسالتی در ردیف انبیاء ذکر می‌کند برای همین علما را



همانند انبیاء گذشته در یک درجه معرفي مي کند.

شهيد مطهري معتقدند که ما دودسته پیامبر داریم: ۱. آن هایی که صاحب شریعت بودند و به اصطلاح به آن ها اولوالعزم مي گفتند که اسامي آن ها مشخص و تعداد آن ها نیز محدود است و هم مقام آن ها بسیار بالاست. ۲. کسانی که صاحب شریعت نبودند بلکه مردم را به خدا و عمل به شریعت و آيين پیامبران صاحب شریعت دعوت مي کردند به عبارت دیگر این ها کسانی بودند که تبلیغ شریعت و آيين پیامبران اولوالعزم را بر عهده داشتند و غالب پیامبران این وظیفه دوم را عهده دار بودند.

توضیح آن که: ما دو نوع نبوت داشتیم: «نبوت تشریعی» و «نبوت تبلیغی». «پیامبران تشریعی» که همان صاحبان قانون و شریعت بوده اند، ولي «پیامبران تبلیغی» کارشان تعلیم و تبلیغ و ارشاد مردم به تعلیمات پیامبر صاحب شریعت بوده است. اسلام که ختم نبوت را اعلام کرده است نه تنها به «نبوت تشریعی» خاتمه داده است بلکه به نبوت تبلیغی نیز پایان داده است. چراکه وظیفه اصلي نبوت و هدایت وحی، همان وظیفه اول است، اما تبلیغ و تعلیم و دعوت، يك وظیفه نیمه بشري و نیمه الهی است. وحی و نبوت، یعنی اتصال مرموز باریشه وجود و سپس مأموریت برای ارشاد خلق، مظهری است از مظاهر «هدایت» که بر سراسر هستی حکم فرماست. (مطهري، ۱۳۷۶-۱۳۹۴، ۳: ۱۷۴).

استاد وقتي بحث را به اینجا رساند تلاش مي کند به این سؤال پاسخ دهد: چرا بشر از روز اول به پیامبران تبلیغی نیاز داشت ولي آآن ندارد يعني بر اساس چه ملاکي این وظیفه از دوش پیامبران برداشته شده و بر عهده علما گذاشته شده است.

در جواب این سؤال استاد، روي دو نکته محوري تکیه مي کند:

استاد درباره این دو عامل، مي فرماید: «تا زمانی بشر نیازمند به وحی تبلیغی است که درجه عقل و علم و تمدن به پایه اي نرسیده است که خود بتواند عهده دار دعوت و تعلیم و تبلیغ و تفسیر و اجتهاد در امر دین خود بشود. ظهور علم و عقل و به عبارت دیگر، رشد و بلوغ انسانیت، خودبه خود به وحی تبلیغی خاتمه مي دهد و علما جانشین چنان انبیاء مي گردند». (مطهري، ۱۳۷۶-۱۳۹۴، ۳: ۱۷۵)



«چون دوره ختمیه دوره کمال و بلوغ بشر است. در این دوره آن وظیفه‌ای را که صدویست و چهار هزار پیغمبر منهای پنج تا انجام می‌دادند (و در واقع خدا خودش انجام می‌داد، یعنی پیغمبرانی را برای این کار مبعوث می‌کرد)، یعنی تبلیغ را، باید مردم عادی انجام بدهند. این است که مبلّغین واقعی اسلام، پیامبران پیامبرند، یعنی پیام پیامبر را به مردم می‌رسانند.» (مطهری، همان، ج ۱۷: ۳۲۵)

سپس استاد برای اثبات مدعای خود دو دلیل ذکر می‌کند:

**دلیل اول:** آیات ابتدایی سوره علق را ذکر می‌کند و می‌فرماید که «این آیات اعلام می‌کند که عهد قرآن، عهد خواندن و نوشتن و یاد دادن و علم و عقل است. این آیه تلویحاً می‌فهماند که در عهد قرآن وظیفه تعلیم و تبلیغ و حفظ آیات آسمانی به علما منتقل شده و علما از این نظر جانشین انبیاء می‌شوند. این آیه اعلام بلوغ و استقلال بشریت در این ناحیه است. قرآن در سراسر آیاتش بشر را به تعقل و استدلال و مشاهده عینی و تجربی طبیعت و مطالعه تاریخ و به تفقه و فهم عمیق دعوت می‌کند. این‌ها همه نشانه‌های ختم نبوت و جانشینی عقل و علم به جای وحی تبلیغی است.» (مطهری، ۱۳۷۶-۱۳۹۴، ۳: ۱۷۶) به عبارتی دیگر: از آنجایی که مردم از رشد عقلمانی کاملی برخوردار نبودند لذا در وقتی که با استدلال مواجهه می‌شدند نمی‌توانستند به درستی مفاهیم را دریابند و دچار گیجی می‌شدند برای همین در قرآن در خصوص انبیاء گذشته به کرات نقل می‌کند که مردم بعد از آن‌که در قبال استدلال محکم انبیا در مانده می‌شدند بجای آن‌که سخنان آن‌ها را بپذیرند، از آن‌ها تقاضای معجزه می‌کردند. چنانچه در ماجرای حضرت صالح علیه السلام بعد از آن‌که با استدلال او مواجه شدند از او تقاضا کردند که اگر راست می‌گویی از این کوه شتری با ویژگی‌هایی که ما می‌گوییم خارج شود این در حالی است که استدلال صالح بسیار متین و قوی بود اما آن‌ها از فهم استدلال او ناتوان بودند. (اعراف: ۷۰-۷۳)

**دلیل دوم:** علت برپایی نبوت تبلیغی در قبل از اسلام، این بود که تا قبل از بعثت رسول‌الله (تاریخ‌نویسی درستی هنوز شکل نگرفته بود. به عبارت دیگر شکل‌گیری کامل عصر تاریخ که بشر یاد گرفت هر چیزی را کاملاً درست و بر اساس اصول و قواعد تاریخی



ضبط و ثبت کند از زمان بعثت رسول الله (بوده است. ایشان در این خصوص می‌نویسد: «یعنی تقریباً مقارن با عهد ختم نبوت است که بشر لیاقت خود را برای حفظ موارث علمی و دینی نشان داده است و در واقع دوره تاریخی واقعی مقارن با ظهور اسلام است. در ادوار گذشته، از یک طرف آثار نفیس علمی و فلسفی و دینی به وجود می‌آمد و از طرف دیگر در کام آتش یا آب می‌رفت... طلوع و ظهور علم و رسیدن بشر به حدی که خود حافظ و داعی و مبلغ دین آسمانی خود باشد خواه‌ناخواه به نبوت تبلیغی خاتمه داد. از این رو است که پیغمبر اکرم علمای این امت را همدوش انبیای بنی اسرائیل یا برتر از آن‌ها می‌شمارد.» (مطهری، ۱۳۷۶ - ۱۳۹۴، ۳: ۱۷۷). به عبارت دیگر: از آنجایی که تا قبل از پیامبر اسلام از طرفی سنت تاریخ‌نویسی چندان قوی نبود و از طرفی دیگر خرافات و اسطوره‌نویسی رواج کامل داشت و مردم بیشتر از آن‌که دنبال واقعیت‌های تاریخی باشند دنبال افسانه و داستان‌سرایی بودند لذا به راحتی کتب آسمانی تحریف می‌شد و برای مقابله با این فضای گسترده تحریف لازم بود افرادی بیایند که به منبع وحی متصل باشند تا بتوانند و رای این اسطوره‌ها و افسانه‌ها و واقعیت‌آثاری که تلف یا تحریف شده را به مردم برسانند.

پیامبرگونه شدن سمت تبلیغ نتایج سترگی دارد که در ادامه استاد به مناسبت‌های مختلف به آن‌ها اشاره دارد و جالب این است که استاد در هر جایی که اشاره‌ای به مسئله تبلیغ دارد پیامبرگونه بودن مبلغ را نیز گوشزد می‌کند. هم‌چنین تصریح می‌کند که: «در این زمینه است که ما می‌بینیم قرآن از زبان انبیای دیگر و از زبان رسول اکرم ﷺ مطالبی ذکر می‌کند، یعنی متد را به دست می‌دهد که دعوت کردن چه شرایطی دارد». (مطهری، ۱۳۷۶-۱۳۹۴، ۱۶: ۱۴۹) بنابراین، استاد تلاش کرده تا با استفاده از این متدی که کشف کرده سراغ قرآن رفته و شرایط و لوازم تبلیغ دینی را در قرآن کشف کند و در اختیار دیگران قرار دهد.

### ۳. مؤلفه‌های تبلیغ دینی

استاد مطهری بعد از آن نتیجه می‌گیرد که علما همان وظایف انبیاء را به عهده‌دارند، شروع می‌کند به این‌که با توجه به وظایف و شرایطی که قرآن برای انبیاء الهی معین کرده، مؤلفه‌های تبلیغ دینی را از قرآن استخراج کند، او ابتدا درباره یکی از ویژگی‌های مهم تبلیغ





دینی یعنی سنگینی مأموریت تبلیغ الهی صحبت می‌کند:

### الف) سنگینی مأموریت تبلیغ دینی

اولین نتیجه‌ای که استاد از این نظریه خودش می‌گیرد این است که: تبلیغ دینی در منظومه خلقت انسان و جهان جایگاه بس رفیعی دارد استاد برای این سخن خود از آیات قرآن شاهد می‌آورد و می‌فرماید: «آیه دیگر در قرآن که باز اهمیت فوق‌العاده و سنگینی شدید امر دعوت به حق و پیام‌رسانی الهی را بیان می‌کند، ... می‌فرماید: ﴿إِنَّا سَنُلْقِي عَلَيْكَ قَوْلًا ثَقِيلًا﴾ (مَزَّمَل: ۵) «ما عن قریب سخن سنگینی به تو القا می‌کنیم». بعد از کلی صحبت کردن درباره این آیه سرانجام نتیجه می‌گیرد که مراد قرآن از (قَوْلًا ثَقِيلًا) مأموریت سنگینی است که به پیامبر داده شده است و این مأموریت سنگین «جز همان دعوت و هدایت مردم چیز دیگری نیست».

بعد استاد سؤالی را مطرح می‌کند که علت دشواری این مأموریت چیست؟ ایشان علت دشواری مسئله را در غیرمادی بودن مقصد عنوان می‌کند چراکه مردم منافع مادی را به راحتی درک می‌کنند اما منافع معنوی و اخروی را به این راحتی درک نمی‌کنند اینجاست که دعوت به سوی خدا و آخرت سخت می‌شود. «چراکه خیلی از مکتب‌ها هستند که مردم را به سوی منافع مادی آن‌ها دعوت می‌کنند» و یک اصطلاحی استاد مطهری اینجا دارد و آن این است که آن مکتب‌ها مردم را به سوی «آخر» هدایت می‌کنند اما «مسئله دعوت مردم به سوی حق، مسئله تبلیغ دینی مردم، مسئله ارشاد و هدایت مردم، مسئله حرکت دادن مردم به سوی خدا» این وظیفه سنگینی است «بشر را از خودی رهاندن و به حق رساندن، یعنی بشر را از درون خودش علیه خودش برانگیختن» این وظیفه‌ای بس سنگین است که بر عهده مبلغین است. این وظیفه سنگین یک ابزار مهم لازم دارد که در ادامه همین آیه قرآن می‌فرماید: «أَلَمْ نَشْرَحْ لَكَ صَدْرَكَ». استاد می‌فرماید رمز این که این مطالب را خداوند ﷻ در قرآن آورده برای آموزش دادن به ماهاست که در آینده قرار است وظیفه پیامبر را بر دوش بگیریم که راه موفقیت در این امر خطیر «شرح صدر» است ایشان می‌فرماید: «کار دعوت است، کار



تبلیغ است، کار آسانی نیست. پس ما از قرآن می‌آموزیم که اولین شرط در امر دعوت و پیام‌رسانی شرح صدر است، دل وسیع، ظرفیت وسیع به اندازه دنیا.» (مطهری، همان، ج ۱۶: ۱۴۱-۱۴۳)

سپس استاد به موارد متعددی از قرآن در راستای اثبات این مسئله استناد می‌کند از جمله می‌فرماید: «ممکن است بگوئید چرا پیام رساندن این قدر کار مشکلی باشد؟ عرض می‌کنم: هر پیام رساندنی این قدر مشکل نیست. يك ابلاغ است که فقط ابلاغ به حس است. بدیهی است کار آسانی است. ابلاغي که مأمور دادگستری می‌کند... که به رؤیت می‌رساند» اما وظیفه مبلغین دین صرفاً ابلاغ یعنی رساندن پیام نیست بلکه آن‌ها وظیفه «ابلاغ مبین دارند وظیفه‌شان... بالاتر از ابلاغ به حس و ابلاغ به چشم یا گوش» است بلکه آن‌ها وظیفه «ابلاغ به عقل و فکر دارند؛ یعنی مطلب را آن‌چنان بیان کردن که تا عقل نفوذ کند. آنچه به چشم انسان می‌آید کافی نیست که عقل هم بپذیرد. آنچه به گوش انسان می‌رسد کافی نیست که عقل هم بپذیرد. آن ابزاری که يك پیام را به عقل می‌رساند، صوت یا شکل یا کتابت نیست، چیز دیگر است. عقل دروازه خودش را بسته است و جز با ابزار و مرکب برهان و استدلال و به تعبیر قرآن «حکمت» پیامی را در خودش نمی‌پذیرد» اینجاست که مبلغین باید بتوانند با استفاده از «شرح صدر» و «حکمت» و... پیام الهی را به عمق جان و عقل مخاطبین خود برسانند ﴿ادْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ﴾ (نحل: ۱۲۵). اولین چیزی که بیان می‌کند حکمت است: مردم را به راه پروردگارت بخوان. (مطهری، ۱۳۷۶-۱۳۹۴، ۱۶: ۱۴۴)

سپس استاد پا را فراتر گذاشته و رساندن پیام را به عقل را ناکافی دانسته و معتقد است که مبلغ باید پیام را به دل‌ها و جان‌های مردم برساند او در این باره می‌نویسد: «آیا در ابلاغ و دعوت الهی، کافی است که این پیام به عقل‌ها رسانده شود؟... نه این تازه مرحله اول مطلب است. فلاسفه، کاری که دارند، هراندازه موفق بشوند، این است که سخنی را تا عقل مردم نفوذ می‌دهند اما از آن بیشتر دیگر نه. پیام الهی گذشته از اینکه در عقل‌ها باید نفوذ



کند، در دل‌ها باید نفوذ کند؛ یعنی باید در عمق روح بشر وارد بشود و تمام احساسات او یعنی تمام وجودش را در اختیار بگیرد.» (مطهری، همان: ۱۴۶)

استاد مطهری معتقد است برای آن‌که مبلغ پیام را به عمق جان مخاطبین خود برساند در قرآن روی شرایط و نکاتی تأکید شده است و البته مخاطب قرآن پیامبران هستند، ولی از آنجایی علما جانشینان پیامبران هستند و همان کاری را انجام می‌دهند که پیامبران انجام می‌دادند لذا لازم است تا ذیل این نظریه به آن‌ها پرداخته شود:

**پس نکته اول این است که «یک نفر مبلغ و پیام‌رسان که می‌خواهد از زبان پیغمبران سخن بگوید و مانند پیغمبران حرف بزند و می‌خواهد راه آن‌ها را برود، باید بلاغش، «بلاغ مبین» باشد.»** (مطهری، همان، ۱۷: ۳۵۲) «بلاغ مبین» یعنی اینکه طوری مطالب را بیان کند که همه‌فهم باشد مطابق مخاطبش سخن بگوید به طوری که مخاطبش بفهمد «پیامبران نه فقط مغلق و پیچیده و معقد سخن نمی‌گفتند، بلکه با مردم بی‌رودربایستی و بی‌پرده حرف می‌زدند. سخن خود را با گوشه و کنایه نمی‌گفتند. اگر احساس می‌کردند مطلبی را باید گفت، در نهایت صراحت و روشنی به مردم می‌گفتند. (همان) به طوری که مخاطبش به راحتی متوجه منظورش بشود.

### ب) حسن خلق

مبلغ باید حسن خلق داشته باشد. استاد مطهری این نکته کلیدی را از قرآن استفاده می‌کند لذا ابتدا آیه ۱۵۹ سوره آل عمران را ذکر کرده **﴿فَبِمَا رَحْمَةٍ مِّنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانْفَضُّوا مِنْ حَوْلِكَ﴾** و روی علت انتشار سریع اسلام انگشت گذاشته و به صورت سؤال مطرح می‌کند که: «این مسئله مطرح است که چرا اسلام این اندازه سریع پیشروی کرد. حتی لامارتین شاعر معروف فرانسوی می‌گوید اگر سه چیز را در نظر بگیریم، احادی به پایه پیغمبر اسلام نمی‌رسد؛ اول فقدان وسایل مادی: مردی ظهور می‌کند و دعوتی می‌کند درحالی که هیچ نیرو و قدرتی ندارد و حتی نزدیک‌ترین افرادش و خاندان خودش با او به دشمنی برمی‌خیزند، تک ظهور می‌کند، هیچ همکار و همدستی ندارد، از خودش شروع می‌شود، همسرش به او ایمان می‌آورد، طفلی که در خانه هست و



پسرعموی اوست (علي عليه السلام) ایمان می آورد، تدریجاً افراد دیگر ایمان می آورند آن‌ها در چه سختی‌ها و مشقت‌ها! و دوم سرعت پیشرفت یا عامل زمان و سوم بزرگی هدف. اگر اهمیت هدف را با فقدان وسایل و با سرعتی که با این فقدان وسایل به آن هدف رسیده است در نظر بگیریم، پیغمبر اسلام - به گفته لامارتین درست می‌گوید - در دنیا شبیه و نظیر ندارد. (مطهری، ۱۳۷۶-۱۳۹۴، ۱۶: ۱۷۳)

از نظر استاد مطهری علت اصلی این موفقیت بزرگ رسول خدا صلی الله علیه و آله «خلق و خوی و رفتار و طرز دعوت و تبلیغ پیغمبر اکرم صلی الله علیه و آله است. البته علل دیگری هم در کار است. ... ولی از قرآن که صرف نظر کنیم، شخصیت رسول اکرم صلی الله علیه و آله، خلق و خوی رسول اکرم صلی الله علیه و آله، سیره رسول اکرم صلی الله علیه و آله، طرز رفتار رسول اکرم، نوع رهبری و مدیریت رسول اکرم ... و حتی بعد از وفات پیغمبر اکرم صلی الله علیه و آله هم تاریخ زندگی پیغمبر اکرم صلی الله علیه و آله یعنی سیره او که بعد در تاریخ نقل شده است، خود این سیره تاریخی عامل بزرگی بوده است برای پیشرفت اسلام.» (مطهری، ۱۳۷۶-۱۳۹۴، ۱۶: ۱۷۴)

### ج) حلیم و بردباری

نرمش در مسائل شخصی و صلابت در مسائل اصولی، دومین ویژگی‌ای که هر مبلغ باید از پیامبر برای تبلیغ اسلام فرابگیرد این است که باید در مسائل فردی ملایم باگذشت و در عین حال در مسائل اصولی دین محکم باشد استاد مطهری معتقد است که یکی از عللی که باعث موفقیت پیامبر صلی الله علیه و آله در تبلیغ خود شد این بود که: «پیغمبر صلی الله علیه و آله در سلوک فردی و در امور شخصی نرم و ملایم و باگذشت بود ولی در تعهدها و مسئولیت‌های اجتماعی نهایت درجه صلابت را داشت.» (مطهری، ۱۳۷۶-۱۳۹۴، ۱۶: ۱۷۵)

### د) مشورت و نظرخواهی

مشورت مبلغ با مردم در امور تبلیغی، استاد مطهری معتقد است که یکی از روش‌های پیامبر برای نفوذ در دل‌ها اهمیت دادن به مردم و مشورت با آن‌ها بود همان‌طور که قرآن از او می‌خواهد که با مردم مشورت کند ﴿وَ شَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ﴾ ... انبیاء نیازی به مشورت نداشتند ولی مشورت می‌کردند برای اینکه اولاً دیگران یاد بگیرند و ثانیاً مشورت کردن



شخصیت دادن به همراهان و پیروان است. ... یکی از اصول دعوت و تبلیغ، رفیق و نرمش و ملایمت و پرهیز از هرگونه خشونت و اکراه و اجبار است. (مطهری، همان، ۱۸۰) با مشورت کردن با مردم باعث خواهد شد تا انسان بازخورد تبلیغی خود را دریافت کند و خود را ارزیابی نماید تا در ادامه کار اشکالات خود را رفع نماید.

#### ه) موعظه حسنه

پرهیز از خشونت در دعوت و تبلیغ، دعوت نباید توأم با خشونت باشد، قرآن می‌فرماید ﴿وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانْفَضُّوا مِنْ حَوْلِكَ﴾ (آل عمران: ۱۵۹) اگر دعوت تو توأم با خشونت بود مردم از دولت پراکنده می‌شدند؛ و به عبارت دیگر دعوت و تبلیغ نمی‌تواند توأم با اکراه و اجبار باشد. ... لذا سفارش قرآن برای مبلغ چنین است: ﴿ادْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَادِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ﴾ (مطهری، ۱۳۷۶-۱۳۹۴، ۱۶: ۱۸۱؛ ج ۱۷: ۳۵۶) حتی وقتی بحث جدال هم پیش می‌آید باید متوجه باشد که از جدالی که بوی خشونت بدهد پرهیز کند.

#### و) پرهیز از تکلف

پرهیز از تکلف، استاد در این خصوص می‌نویسد: «شرط دیگر تبلیغ دین پرهیز از تکلف است. قرآن در این رابطه می‌فرماید: ﴿مَا أَسْأَلُكُمْ عَلَيْهِ مِنْ أَجْرٍ وَ مَا أَنَا مِنَ الْمُتَكَلِّفِينَ﴾ (ص: ۸۶).

«تکلف یعنی به خود بستن، خود را به مشقت انداختن. چطور؟ یک وقت خدای ناخواسته انسان چیزی را اعتقاد ندارد، چیزی را که اعتقاد ندارد می‌خواهد اعتقادش را در دل مردم وارد کند. دردی از این بالاتر نیست که انسان خودش به چیزی اعتقاد نداشته باشد، بعد بخواهد آن اعتقاد را در دل مردم وارد کند. معنی دیگر «تکلف» «قول به غیر علم» است؛ «وَمَا أَنَا مِنَ الْمُتَكَلِّفِينَ» من متکلف نیستم. پیغمبر چنین سخنی می‌گوید. (مطهری،

همان، ۱۶: ۱۵۱-۱۵۳)



## ز) تبشیر و انذار

يکي ديگر از نکاتي که استاد تأکيد دارد استفاده مبلغ از تبشير و انذار است «تبشير» مژده دادن است، از مقوله تشويق کردن است و انذار نیز از مقوله اعلام خطر کردن است يعني هم بشارت بهشت دادن و اعلام خطر کردن از عواقب وحشتناکي که گناهان به دنبال دارند. استاد معتقد است که «تبشير و انذار هيچ کدام به تنهایی کافي نيست. تبشير شرط لازم هست ولي شرط کافي نيست. انذار هم شرط لازم هست ولي شرط کافي نيست. در دعوت، اين هر دو رکن بايد توأم باشد. اشتباه است اگر داعي و مبلغ تکیه اش تنها روی تبشيرها و يا انذارها باشد و بلکه جانب تبشير بايد بچربد؛ و شايد به همين دليل است که قرآن کریم تبشير را مقدم مي دارد». (مطهري، همان: ۱۵۵)

سپس استاد یک نکته اي را اينجا تذکر مي دهد و آن اينکه انذار با تفسير فرق دارد يعني تفسير يعني مردم را متنفر کردن درحالی که انذار يعني مردم را از خطر آگاه کردن استاد مي نويسد: «وقتي پيغمبر اکرم، مُعَاذِ بْنِ جَبَل را براي دعوت و تبليغ مردم، به يمن فرستاد- طبق نقل سيره ابن هشام- به او چنين توصيه مي کند:

«يَا مُعَاذُ بَشِّرْ وَلَا تُنْفِرْ، يَسِّرْ وَلَا تُعَسِّرْ.» (ابن هشام، ج ۴: ۲۳۷) براي تبليغ اسلام مي روي. اساس کارت تبشير و مژده و ترغيب باشد، کاري کن که مردم مزايای اسلام را درک کنند و از روي ميل و رغبت به اسلام گرايش پيدا کنند. نفرمود: «وَلَا تُنذِرْ» انذار نکن، چون انذار جزء برنامه اي است که قرآن دستور داده.

## ح) خشيت الهي

مبلغ بايد خشيت الهي داشته باشد، يکي ديگر از مسائل در دعوت، آن چيزي است که آيه قرآن مي فرمايد: ﴿الَّذِينَ يُبَلِّغُونَ رِسَالَاتِ اللَّهِ وَيَخْشَوْنَهُ وَلَا يَخْشَوْنَ أَحَدًا إِلَّا اللَّهَ﴾ (احزاب: ۳۹): آنان که رسالات الهي را تبليغ مي کنند، دو شرط در آن ها وجود دارد: يکي اينکه خودشان از خدا مي ترسند و ديگر اينکه از غير خدا نمي ترسند. ... ﴿إِنَّمَا يَخْشَى اللَّهَ مِنْ عِبَادِهِ الْعُلَمَاءُ﴾ (احزاب: ۳۹) قرآن درباره مبلغ، اولين شرطي که در اين آيه ذکر مي کند



خشية الله است که از خدا بينه و بين الله بترسد؛ يعني آن چنان هيبت و عظمت الهي در قلبش ورود دارد که تا تصور يك گناه در قلبش پيدا مي شود، اين خشيت گناه را عقب مي زند. ﴿وَلَا يَخْشَوْنَ أَحَدًا إِلَّا اللَّهَ﴾ و جز خدا از احدي نمي ترسند. (مطهري، ۱۶: ۱۶۳)

بنابراين، از خصوصيات ديگر سيره انبياء و به ويژه سيره پيغمبر اکرم همين مسئله جرئت يعني خود را نباختن و استقامت داشتن است. (مطهري، همان، ۱۶: ۱۶۵)

### ط) تواضع و فروتنی

مبلغ بايد متواضع و فروتن باشد. استاد در اين خصوص مي فرمايد: «کسی که می خواهد پیامی را، آن هم پیام خدا را به مردم برساند، بايد در مقابل مردم در نهايت درجه فروتن باشد، يعني پرمدعایی نکند، اظهار انانیت و منیت نکند، مردم را تحقير نکند، بايد در نهايت خضوع و فروتنی باشد... شما ببينيد چقدر تواضع در اين آيه کریمه نهفته است که خطاب به پيغمبر اکرم می فرمايد: ﴿قُلْ إِنَّمَا أَنَا بَشَرٌ مِّثْلُكُمْ﴾ بگو به مردم من هم بشری مثل شما هستم، «يُوحَىٰ إِلَيَّ» بر یکی از امثال خود شما وحی نازل می شود» (مطهري همان، ۱۷: ۳۵۵)

بر همين اساس شخص مبلغ نقش جز رسالت تبليغ براي خود قائل نباشد چنانچه انبياء «می گفتند ما نقشی جز رسالت نداريم، ما خلق خدا و رسول خدا ﷺ و پیام آور خدا هستيم. پيغمبران نمی آمدند سند بهشت و جهنم امضا کنند ... و مسائل را به طورکلی می گفتند، ولی در جواب سؤالاتی نظير «عاقبت من چگونه است؟» می گفتند خدا عالم است، چه می دانم؛ از باطن ها خدا عالم است، اينکه عاقبت تو به کجا منتهی می شود خدا خودش بهتر می داند. (همان، ۱۷: ۳۵۸)

### ی) نگاه عادلانه

تفاوت نگذاشتن میان اقشار مردم در تبليغ دين، یکی ديگر از خصوصيات بسيار بارز سبک تبليغی پيغمبران که شايد در مورد رسول اکرم ﷺ بيشتتر آمده است - مسئله تفاوت نگذاشتن میان مردم در تبليغ اسلام است. مبلغ نبايد بين فقير و غني فرق بگذارد بلکه بايد همه مردم را يکسان ببيند چنانچه پیامبر اين طور بود. (همان، ۳۵۹ - ۳۶۰)



### ک) صبر و پایداری

صبر و استقامت مبلغ، مسئله دیگری که در روش تبلیغ مطرح است مسئله صبر و استقامت مبلغ است: چند آیه خطاب به پیامبر در امر به صبر داریم و این نشان می‌دهد که صبر یکی از امور خیلی مهم و واجب در امر تبلیغ دین می‌باشد (رک همان، ص ۳۶۱)

﴿فَاصْبِرْ لِحُكْمِ رَبِّكَ وَ لَا تُكِنُّ كَصَاحِبِ الْهُوتِ﴾ (ن و القلم: ۴۸)، ﴿فَاصْبِرْ كَمَا صَبَرَ أُولُو الْعَزْمِ مِنَ الرُّسُلِ﴾ (احقاف: ۳۵) و ﴿فَاسْتَقِمْ كَمَا أُمِرْتَ﴾ (هود: ۱۱۲) و این از ویژگی‌های مهم و اصلی انبیاء بوده است.

### ل) بدون توقع مالی

طلب نکردن مزد برای تبلیغ دین، استاد مطهری به این مسئله خیلی اهمیت می‌دهند که مبلغ برای موفقیت در رسالت تبلیغی خود باید شغل خود را از تبلیغ جدا نماید. ﴿يَا قَوْمِ لَا أَسْأَلُكُمْ عَلَيْهِ أَجْرًا﴾ (هود: ۵۱) چراکه یکی از معضلات مهم در امر تبلیغ دینی، شغل شدن تبلیغات دینی برای روحانیت است. ایشان در این خصوص می‌فرماید: امروزه «این کار رسماً به صورت يك شغل و کار و کسب درآمد و عنوان اجرت و مزدبگیری پیدا کرده است؛ یعنی همان موضوعی که همه انبیا به نقل قرآن کریم در موارد متعدده، از آن امتناع می‌کردند در میان ما جاری و معمول است. بدیهی است به حکم قانون مسلم عرضه و تقاضا هر چیزی که جزء مسائل اقتصادی قرار گرفت و از قبیل عرضه داشتن کالا برای فروش شد تابع میل و خواسته مصرف‌کننده است نه تابع مصلحت وي.

اگر کالایی که همه طبقات دیگر برای فروش وارد می‌کنند فقط به خاطر مصلحت وارد می‌شود، می‌توان فرض کرد که وعظ و تبلیغ‌های حرفه‌ای ما نیز در جهت مصالح اسلام و مسلمین صورت می‌گیرد... من منکر وجود خطبای صالح و مصلحت‌اندیش و خدمات گران‌بهایی که انجام داده و می‌دهند نیستم و هم طرفدار این نیستم که یک‌باره وضع موجود عوض گردد و ترتیب دیگری داده شود، بلکه طرفدار این نظر هستم که خود سازمان روحانیت گروهی خطیب و واعظ با برنامه صحیح تربیت کند و زندگی آن‌ها را اداره کند و



پیش‌نویس نهایی: شیخ و آیت‌الله دینی، سال اول، شماره دوم، تابستان ۱۴۰۳





آن‌ها مزد و اجری از رسالت خود نخواهند. این عده خواهند توانست آزاد بیندیشند، وابستگی نداشته باشند. وجود این عده کافی است که دیگران هم از آن‌ها پیروی کنند. دستگاه و عظم و تبلیغ ما نیز مانند خود سازمان روحانیت حرّیت ندارد، در نبرد با جهالت عوام ضعیف و ناتوان است. (مطهری، همان، ج ۲۴: ۵۰۷ و ۵۰۸)

عدم استقلال مالی مبلغین دین چند آسیب بزرگ با خود به همراه دارد که برخی از آن‌ها را استاد ذکر کرده است:

۱. عدم رعایت مصلحت مردم بلکه رعایت خواست مردم، چرا وقتی رزق مبلغ به دست مخاطبینش افتاد بدیهی است که دنبال طرح چیزهایی خواهد بود که بانی مجلس خوشش بیاید نه چیزهایی که به مصلحتشان باشد و این برخلاف رویه تمامی انبیاء می‌باشد و علت مخالفت مردم با انبیاء هم همین امر است و اگر قرار بود که انبیاء چیزی بگویند که مردم خوششان بیاید که دیگر مشکلی نداشتند. (مطهری، همان، ج ۲۵: ۳۵۲)

۲. خراب شدن نیت مبلغین: بدیهی است که وقتی نگاه مبلغ به دستان مردم و مخاطبینش باشد، اخلاص و خدامحوری در حاشیه قرار می‌گیرد بلکه «مسئله اخلاص مسئله کوچکی نیست. قرآن هم به همین جهت است که ظاهراً از زبان همه انبیاء این سخن را می‌گوید: ﴿مَا أَسْأَلُكُمْ عَلَيْهِ مِنْ أَجْرٍ﴾؛ من مزدی برای تبلیغ خودم نمی‌خواهم، چون ناصحم. ناصح و خیرخواه در عمل خودش باید نهایت اخلاص را داشته باشد. (مطهری، همان، ج ۱۷: ۳۵۳)

۳. از بین رفتن شهامت و شجاعت مبلغ: استاد معتقد است که «شهامت و شجاعت را می‌توان یکی از شرایط پیام‌رسان و جزء کیفیت‌های تبلیغ ذکر کرد. ﴿الَّذِينَ يُبَلِّغُونَ رِسَالَاتِ اللَّهِ﴾ آنان که رسالات و پیام‌های الهی را به مردم می‌رسانند «وَاِذْ يُخَشِنُونَ» و از خدای خودشان می‌ترسند و یک‌ذره خلاف نمی‌کنند، پیام را کم‌وزیاد نمی‌کنند ذره‌ای از راه حق منحرف نمی‌شوند. ﴿وَلَا يَخْشَوْنَ أَحَدًا إِلَّا اللَّهَ﴾ و از احدی جز خدا بیم ندارند. این دیگر شرطی است که خیلی جایش خالی است. (مطهری، همان، ج ۱۷: ۳۵۷)



۴. شکل‌گیری آفتی به نام دلالی شخصیت‌ها که مبلغ مجبور باشد از افراد تمجید کند یا افرادی را مطرح کند استاد در این خصوص می‌نویسد: «... به‌جای اینکه هادی دین و مبلغ دین باشد، دلال شخصیت‌ها بوده باشد و منبر را وسیله‌ی دلالی برای شخصیت‌ها قرار دهد، متأسفانه یک همچون چیزی در جامعه‌ی ما هست و همچون استفاده‌هایی از منبرها می‌شود. دلالی شخصیت‌ها که گفتم، فرق نمی‌کند آن شخصیت‌ها چه شخصیت‌هایی باشند، شخصیت‌های سیاسی باشند یا روحانی یا شخصیت دیگر. دلال صاحب‌مجلس و بانی مجلس باشد یا دلال پیش‌نماز باشد یا دلال بالاتر از پیش‌نماز باشد. تمام این‌ها برخلاف شئون و حیثیات منبر است. البته، هرکسی که کاری می‌کند، می‌تواند یک توجیه و تأویلی هم برای کار خودش بتراشد، اما بدانید یکی از چیزهایی که کرسی خطابه‌ی ما را ضعیف، کم‌ارزش و خراب کرده است، همین دلالی‌ها است، همین است که کرسی دلالی شخصیت‌ها شده؛ باید منبر از این آلودگی پاک شود. (مطهری، ۱۳۶۰: ۲۳۲)

خلاصه نظریه استاد به شکل زیر می‌باشد: ۱. پیامبران غیر اولوالعزم عهد قدیم = علمای شیعه بعد از رسول خدا ﷺ. ۲. سنگین‌ترین مأموریت تاریخ ← دعوت و هدایت مردم. ۳. علت سنگین بودن تبلیغ دینی ← رساندن پیام به فکر و عقل و جان‌ودل مردم.

وسيله تبلیغ دینی ← ۱. شرح صدر ۲. حکمت.

شرایط تبلیغ دینی ← ۱. بلاغ مبین؛ ۲. حسن خلق؛ ۳. مشورت گرفتن؛ ۴. نرمش در مسائل شخصی و ایستادگی در اصول؛ ۵. پرهیز از خشونت؛ ۶. پرهیز از تکلف؛ ۷. تبشیر و انداز؛ ۸. خشیت الهی؛ ۹. تواضع و فروتنی؛ ۱۰. تفاوت نگذاشتن میان اقشار مردم؛ ۱۱. صبر و استقامت؛ ۱۲. استقلال مالی مبلغ.



## منابع

قرآن

۱. الاحسائي، محمد بن علي بن ابراهيم معروف به ابن جمهور، (۱۴۰۳ق)، عوالي اللآلي، به كوشش مجتبي اراكي (عراقي)، ج ۴، قم، انتشارات سيدالشهدا.
۲. الحر العاملي، محمد بن حسن، (۱۴۲۳ق)، الفوائد الطوسية، مكتبة المحلتي، بي جا.
۳. حلي، حسن بن يوسف، (۱۴۲۱ ق)، تحرير الأحكام، اشرف جعفر السبحاني، تحقيق ابراهيم البهادري، ج ۱، قم، موسسه الامام الصادق(ع).
۴. شبر، عبدالله، (۱۳۷۱ق)، مصابيح الأنوار في حل مشكلات الأخبار، ج ۱، قم، بصيرتي.
۵. مطهري، مرتضی، (۱۳۷۶-۱۳۹۴ش)، مجموعه آثار استاد شهيد مطهري، ج ۱ - ۲۷، تهران، انتشارات صدرا.
۶. \_\_\_\_\_، (۱۳۶۰)، ده گفتار، تهران، انتشارات صدرا.
۷. \_\_\_\_\_، (۱۳۶۳)، حماسه‌ی حسيني، ج ۱، تهران، انتشارات صدرا.
۸. \_\_\_\_\_، (۱۳۶۴)، امامت و رهبري، چ ششم، تهران، انتشارات صدرا.
۹. \_\_\_\_\_، (۱۳۷۶)، سيري در سیره‌ی نبوي، چ هفدهم، تهران، انتشارات صدرا.
۱۰. معلوف، لوئیس، (۱۳۸۰)، المنجد الطلاب، ترجمه محمدبندر ريگي، چ دوم، تهران، انتشارات ايران.

